# PALABRAS DEL EXCMO. SR. D. MANUEL FRAGA IRIBARNE, PRESIDENTE DE LA XUNTA DE GALICIA, EN LA PRESENTACIÓN DEL LIBRO «50 AÑOS DEL TURISMO ESPAÑOL» (*)

Excelentísima Sra. Secretaria de Estado de Comercio, Turismo y PYME, Ilustrísimas autoridades, señoras y señores:

Cuando uno vuelve la mirada atrás y echa un vistazo al pasado, encuentra siempre luces y sombras. Sin embargo, al repasar los cincuenta años del turismo español, el balance global tiene que ser necesariamente positivo. La consolidación de España como un país moderno, perfectamente integrado en el concierto europeo e internacional y su posición de privilegio dentro del mercado turístico mundial es hoy una realidad incontestable.

El presente está, por lo tanto, lleno de luces y el futuro es ciertamente esperanzador.

Podemos afirmar que España ha aportado al mundo la cultura del turismo, un verdadero fenómeno cultural al alcance de todos, y no sólo de unos pocos privilegiados, como ocurrió a lo largo de la historia, hasta la presente centuria.

---

* Se celebró el acto el 23 de junio de 1999.

Hoy observamos además que, aun siendo mayor el movimiento de personas, se trata de un turismo «selectivo», porque cada cual elige su destino y su forma de hacer turismo, de una forma personalizada.

Estamos, pues, ante un nuevo orden turístico mundial, en el que España ha demostrado su capacidad para captar importantes flujos de visitantes, en un proceso que ha contribuido de manera decisiva a que el pueblo español viva en democracia, siempre favorecido por una característica inseparable del desarrollo turístico: la tolerancia.

Pero esta realidad actual y las optimistas perspectivas serían impensables sin el esfuerzo ingente de quienes, desde mediados de siglo, hicieron posible el milagro español del turismo, milagro que no es tal si pensamos que su gestación es perfectamente explicable a través del trabajo y la puesta en valor de los recursos que España siempre ha tenido.

Entre los atractivos que quisiera destacar en esta nuestra España, he de citar de forma especial la personalidad de nuestras gentes, sin duda una de las características más valoradas por quienes nos visitan. Es éste un valor que ya durante la segunda mitad del siglo XIX despertó el interés y hasta la pasión entre los viajeros.

Así lo corroboran memorables relatos de viajes por España de grandes hispanistas de aquella época, a través de los que podemos observar cómo se nos veía desde fuera, algo que en la actualidad nos ha de servir para conocer cuál es nuestra imagen exterior y, por lo tanto, qué es lo que atrae a nuestros turistas.

A la luz de tales experiencias, está claro que no es tan sólo nuestro maravilloso clima, la incalculable riqueza monumental que atesoramos, fruto de la confluencia de diferentes culturas, o la sabrosa y variada gastronomía, sino que, por encima de todo ello, es la propia esencia de los españoles lo que fascina a los viajeros.

Todo ello nos lleva a confesar sin rubor que la personalidad del pueblo español es sugestiva en sí misma.

En la amplísima nómina de quienes han hecho posible esta auténtica revolución turística en España hay que citar a empresarios, trabajadores, administraciones públicas y a la sociedad española en su conjunto, que a lo largo de estos años ha ido tomando conciencia, de forma progresiva pero imparable, del trascendental valor del turismo para nuestro desarrollo.

Los españoles sabemos hoy, efectivamente, que del turismo aflora buena parte de nuestra bonanza económica. Pero además somos conscientes de que el fenómeno turístico ha propiciado una mejora sensible de nuestra imagen exterior, ha favorecido la creación de importantísimas infraestructuras de todo tipo y hasta nos ha permitido, en gran medida, alcanzar y consolidar nuestra libertad.

Por todo ello, nunca será suficientemente valorado el esfuerzo de quienes, en la prehistoria de nuestro *boom* turístico, apostaron por este sector y aún hoy siguen afianzándolo.

La importancia del sector turístico en la economía está fuera de toda duda. Fue eje fundamental de creación de riqueza y empleo en la década de los sesenta y setenta y, salvo alguna crisis coyuntural derivada de la competencia de otros destinos emergentes y de cierta crisis de identidad frente a las mutaciones de los mercados, no ha dejado de crecer, llegando en los últimos años a grados de crecimiento formidables. Esto es prueba de que estamos acertando ante las nuevas exigencias de la demanda en cuanto a la configuración de nuevos productos, la mejora de nuestros destinos y la apuesta cada vez más vertebrada por la calidad.

De este modo, en el ámbito español, el turismo representa más del 10% del PIB, a lo que contribuye no poco el aumento del poder adquisitivo y la capacidad de gasto del turista medio, lo que demuestra que estamos ganando segmentos de demanda de alto nivel.

Los efectos equilibradores en la balanza comercial se ponen de manifiesto gracias a la entrada masiva de divisas, que se corresponde con los porcentajes crecientes de turismo extranjero, y que nos debe llevar a intensificar la línea del gran trabajo de Turespaña en el campo del análisis, exploración y cuidado de los distintos mercados emisores actuales y potenciales.

Sin embargo, las cifras macroeconómicas deben también poner de manifiesto las consecuencias sociales del entramado productivo, que en este caso centran el interés de una política sectorial que procura, como objetivo fundamental, la creación de puestos de trabajo. Pues bien, también en este terreno hemos de subrayar que el turismo representa más de un millón doscientos mil empleos directos e indirectos, con efectos dinamizadores evidentes en otros sectores y con resultados decisivos en la renta familiar disponible.

Aquí llegamos a un importante movimiento circular, pues las rentas familiares favorecidas por una acertada política fiscal suponen una incentivación de la

demanda de productos y servicios turísticos en el seno de nuestro marco de flujos turísticos internos, con lo que se retroalimentan los procesos de crecimiento sostenido.

Parte fundamental de ese mecanismo es también el efecto que la política de liberalización ha tenido en el precio del dinero, que permite introducir elementos de competitividad en las iniciativas empresariales y que está creando las bases para la innovación mediante programas de calidad.

Los avances, por último, en la batalla por la desestacionalización permitirán la generalización de fórmulas contractuales de empleo estable, entre las que destaca la figura del contrato fijo discontinuo, que evitarán la incertidumbre siempre encorsetadora de la actividad económica, al tiempo que las fluctuaciones en los índices de precios provocados por la alta estacionalidad tenderán a remitir.

El caso gallego creo que puede ser un buen ejemplo. El perfil turístico que un evento religioso-cultural como el Año Santo Xacobeo está alcanzando, la importancia del turismo relacionado con el deporte y la naturaleza, singularmente la náutica, el turismo de congresos en ciudades que cada día ganan posiciones con ofertas sólidas y atractivas, y una modernización de nuestros recursos termales están dando resultados que determinan que el turismo represente ya mucho más que sectores productivos tradicionales relacionados con la actividad primaria y que esté absorbiendo la caída inevitable en todo proceso de modernización de los índices que en el pasado representaba la actividad agropecuaria.

Por otra parte, son los mercados turísticos escenario singular donde se consagra la imagen de marca de un país, con los consiguientes efectos de arrastre si se consigue prestigiar aquélla en los ámbitos comercial e industrial.

Volviendo al análisis de la evolución histórica de nuestro sector turístico, objetivo primordial del libro que hoy presentamos, hemos de reconocer que este proceso se vio favorecido en el tiempo por diferentes avatares.

Pensemos en la Europa recién salida de la Segunda Guerra Mundial, diezmada en lo humano y en lo material, desmoralizada y abatida. ¿Cómo es posible, entonces, que de estos cimientos se levantase tan sólido edificio como es hoy el turismo español?

A mi juicio, hay varias causas que lo explican. En lo económico, diversos autores coinciden en valorar la importancia del Plan Marshall para revitalizar la eco-

nomía europea, también en el aspecto turístico. El profesor Fuster, en su obra *Turismo de masas y calidad de servicios,* pone de manifiesto esta circunstancia, al recordar que este conocido Plan norteamericano propició una rápida recuperación del Viejo Continente.

Al tiempo, el propio Fuster hace referencia a otro de los motivos que fundamentaron la expansión turística de nuestro país. La mentalidad europea cambia tras el conflicto bélico, en el sentido de tratar de superar tan lamentables errores pasados fomentando un sentimiento paneuropeo, que fructificó en el proceso de unión que seguimos viviendo con entusiasmo hoy. Este deseo por superar las fronteras nacionales en lo político, lo económico y lo social alimentó el desarrollo del turismo y, al mismo tiempo, se vio favorecido por esta misma evolución positiva.

Como un tercer factor, no por más obvio menos importante, hay que citar la influencia de los avances tecnológicos en materia de transporte. Los vuelos a reacción, las mejoras en la red ferroviaria y las comunicaciones por carretera no sólo acortaron la distancia y rebajaron los costes para el intercambio de mercancías, sino que también hicieron mucho más fácil desplazarse por motivaciones relacionadas con el ocio y el disfrute del tiempo libre.

Los elementos citados y la prosperidad económica registrada ya en la década de los sesenta fueron bien aprovechados por España, que en seguida demostró con hechos su vocación de país receptivo, fundamentalmente para el mercado europeo.

Sin embargo, este proceso no estuvo exento de dificultades. El déficit de infraestructuras de todo tipo, y en particular turísticas, las carencias en aspectos como la formación del personal y la falta de «tradición» en materia de turismo nos obligaron a aprender deprisa y a desarrollar un extraordinario esfuerzo individual, en el que algunas personalidades destacan con luz propia, hasta el punto de que han sido comúnmente calificadas como los pioneros.

Al enumerar a estos «padres fundadores», como acertadamente los define el desaparecido Jorge Vila Fradera, existe siempre el riesgo de pasar a alguno por alto, lo que en ningún caso significa olvidar su aportación.

El propio fundador de Editur recoge, en su imprescindible obra *La gran aventura del turismo en España,* una exhaustiva nómina de personalidades de este tipo, entre las que por supuesto hay que citar a empresarios como Gabriel Escarrer, la saga de los Gaspart, Antonio Catalán o Gabriel Barceló. Todos ellos, y muchos

otros, demostraron que su visión de futuro del turismo en España poco tenía de visionaria, en el sentido peyorativo del término, y sí mucho de realista.

Sin su compromiso personal, su capacidad de trabajo y su valentía para asumir riesgos no hubiera sido posible realizar con éxito el camino andado.

Llegados a este punto, y para hacernos una idea de las dificultades que estos pioneros tuvieron que afrontar, quisiera traer aquí una ilustrativa anécdota narrada por Vila Fradera en su libro. Contando su experiencia como responsable de la oficina de información turística de Barcelona, a comienzos de los cincuenta, nos narra con ironía las protestas de un turista germano, alarmado porque en un restaurante le habían servido un extraño «arroz con una mezcla inadmisible de pescado, carne y verduras». Este accidentado descubrimiento de la paella mixta, que hoy se ha convertido sin duda en uno de los platos más conocidos y populares de la cocina internacional, nos da idea de la travesía recorrida desde entonces.

Yo tuve el honor de compartir algunas de estas experiencias, desde mi responsabilidad al frente de la administración turística.

En este sentido, he de decir que nuestra actividad, en aquel entonces, se orientó hacia diferentes aspectos que creo vale la pena resaltar, en la medida en que permitieron la creación de unas bases para el desarrollo posterior del sector.

La creación de oferta hotelera, a través de medidas como el crédito hotelero y la potenciación de la Red de Paradores Nacionales, fue uno de estos campos. De forma paralela, hubo que diseñar un marco legal que permitiese la regulación jurídico-administrativa del sector, a través de instrumentos como la Ley de Competencias Turísticas, la normativa de clasificación hotelera, las ordenanzas de apartamentos, campamentos de turismo, ciudades de vacaciones, restaurantes y cafeterías. En el ámbito de la ordenación territorial, se aprobó la Ley de Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional.

Este bagaje normativo representa, en mi opinión, un precedente de la actual sensibilidad por la defensa de los derechos de los consumidores, en sentido amplio, que vino anticipada por la preocupación del sector turístico por contar con una serie de disposiciones sobre precios, inspección y ordenación de los establecimientos.

La necesidad de intensificar la formación y capacitación profesional nos llevó a crear organismos como el Instituto de Estudios Turísticos y la Escuela Oficial

de Turismo, así como a impulsar la puesta en marcha de las escuelas privadas y el título de técnicos en empresas y actividades turísticas.

En materia de promoción, acometimos una decidida expansión de nuestras oficinas de turismo en el extranjero y pusimos en marcha una política global de promoción y comunicación de España como destino que, creo, ha dado resultados satisfactorios.

Estas reflexiones sobre el pasado del sector me permiten situarme ahora en el tiempo presente, del que ya he dicho que podemos extraer muchas conclusiones positivas, pero del que también hemos de aprender a mejorar.

La dimensión que ha alcanzado el fenómeno turístico nos lleva a plantearnos la necesidad de seguir profundizando en la coordinación entre diferentes administraciones con competencia en la materia. No debemos perder de vista la consideración del turismo como asunto de Estado, en cuyo desarrollo intervienen el propio Gobierno de la Nación, las diferentes comunidades autónomas y la Administración municipal.

La acción conjunta de los poderes públicos y la iniciativa privada es imprescindible para afrontar con éxito retos como la eficacia del transporte aéreo, el peligro de masificación de determinados destinos o la competencia que suponen países de nuestra área o de otras zonas del planeta. Para lograrlo, contamos con un poderoso aliado: la propia sociedad española.

El objetivo principal del todavía reciente Congreso Nacional de Turismo, en el que tuve el honor de participar, era reforzar este compromiso del tejido social con el sector, y creo que es un éxito que hay que reconocer al Ministerio de Economía, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYME.

La propia dimensión que el turismo ha alcanzado en cuanto a su repercusión en los medios de comunicación es una prueba evidente de este significativo avance. El turismo es hoy noticia de primera página porque sus avatares interesan a la sociedad; es objeto de estudio en instituciones y universidades y, lo que es todavía más importante, ofrece unas ciertas perspectivas de futuro a quienes buscan desarrollar en él su actividad profesional.

De cara al porvenir, la implantación del euro supone una nueva oportunidad de desarrollo si somos capaces de apostar más por la calidad y menos por los precios como factor de competitividad del sector.

Al mismo tiempo, el impulso que registran modalidades en expansión, como el turismo cultural, termal, náutico, rural, de naturaleza o de negocios, nos confirma el acierto de promover una política de diversificación y segmentación de la oferta.

Pensemos en el caso de Francia, donde la Bretaña supera ya en muchos aspectos a la Costa Azul, y pongamos en relación esta experiencia con el desarrollo en nuestro país de programas como la *España Verde*, que, sin desmerecer ni un ápice la tradicional oferta de sol y playa, conforma un mercado de enorme potencial.

El éxito alcanzado por iniciativas como la creación del Museo Gunggenheim en el País Vasco o la revitalización del Camino de Santiago son sólo dos ejemplos de este crecimiento.

Es aquí donde quiero situar la experiencia gallega del Xacobeo, como acontecimiento religioso, espiritual y con una extraordinaria trascendencia turística, en la línea de eventos como la Expo de Sevilla o los Juegos Olímpicos de Barcelona, que supusieron hitos en la reciente historia turística de España, como así se recoge en el libro que hoy presentamos.

El Xacobeo'99 es, durante este año, la más importante cita cultural de Europa, con un programa que supera los 1.500 actos pensados para todo tipo de inquietudes y sensibilidades, que está demostrando una capacidad de atracción turística hacia Galicia sin precedentes. Hablamos de medio centenar de espectáculos, 107 exposiciones, 300 congresos, encuentros y reuniones, 30 conciertos de música clásica, 85 representaciones de danza, casi 700 representaciones teatrales y 362 actividades dentro del programa «Galicia en los sentidos», que tiene como objetivo llevar el Xacobeo a todos los rincones de nuestra Comunidad.

Por su trascendencia, el Xacobeo se consolida así como uno de nuestros principales recursos promocionales, como parte destacada de una política fundamentada en la segmentación de la oferta.

Así, trabajamos en el impulso del turismo de congresos y convenciones, de naturaleza, náutico, termal o rural; modalidad, esta última, en la que me gustaría destacar el trabajo realizado en materia de comercialización, con la creación de la primera central de reservas de turismo rural que hubo en España, lo que ha permitido agilizar y dar seguridad a todas aquellas empresas y particulares interesados en esta modalidad turística. Ésta y otras medidas de fomento nos han permitido pasar de 40 establecimientos rurales en 1993 a los 223 actuales.

El turismo cultural es otra de nuestras grandes apuestas, a través de un ambicioso plan para la puesta en valor del patrimonio arquitectónico, con la creación, en un futuro inmediato, del primer hotel-faro de Europa en el emblemático Cabo Finisterre o de hoteles-monumento en monasterios de la Ribeira Sacra de Ourense.

La diversificación de la oferta alcanza también al turismo termal, en el que Galicia es una verdadera potencia, con el impulso de balnearios con una larga tradición, como La Toja o Mondáriz, y la apertura de nuevos centros dedicados a la talasoterapia.

El litoral gallego, navegable a lo largo de todo el año, es la base para el desarrollo del turismo náutico, con actuaciones como la ampliación y mejora de la oferta de amarres y una acción coordinada de todos los agentes implicados a través de una mesa de trabajo, primera de estas características en España, y que recientemente ha terminado sus deliberaciones y publicado un completo documento de conclusiones.

La búsqueda de la calidad nos ha llevado a crear un área específica dedicada a esta materia dentro de la empresa promocional Turgalicia, empresa dependiente de la Consellería de Cultura, Comunicación Social y Turismo, y que trabaja actualmente en programas específicos para hoteles y establecimientos de turismo rural. En el futuro, pretendemos extenderlos a todos los subsectores relacionados con el turismo en nuestra Comunidad.

Tales acciones son inserapables de la política formativa, que se desarrolla a través del reciclaje permanente de los profesionales del sector y el cuidado de la «cantera», con el Centro Superior de Hostelería de Galicia como pieza fundamental. En él estudian hoy más de 350 alumnos, y tiene establecidos convenios con la *Ècole Hotelière de Lausanne,* uno de los centros de formación en hostelería más prestigiosos del mundo, y la Universidad de Santiago de Compostela.

Formación, calidad y promoción diversificada son, pues, aspectos de una política turística que, tanto en el ámbito gallego como en el nacional, bebe en las fuentes de una experiencia intensa, a lo largo de estos cincuenta años.

El futuro ha de pasar por un compromiso de todos en el desarrollo turístico sostenible. Este amplio concepto resume una filosofía basada en la conservación y cuidado de nuestros recursos, especialmente el medio ambiente, como garantía de pervivencia y avance del sector.

Recuperar y difundir nuestra memoria, a través de obras como este libro que hoy se presenta, es un sano ejercicio para observar el futuro con confianza, pero sin bajar la guardia.

El medio siglo que se analiza en este espléndido volumen nos permite seguir augurando un futuro prometedor para el turismo español, mucho más en la actual situación de la Europa unida. Por mi parte, seguiré, modestamente, trabajando, desde Galicia, para engrandecer nuestro sector turístico, y aprovecho esta ocasión para invitarles a todos ustedes a que participen este año en las celebraciones culturales y turísticas de nuestro Xacobeo'99, el último del siglo y del milenio. ¡En Galicia les esperamos a todos!

Muchas gracias.